

La plus-value des images

W. J.T. Mitchell

Volume 33, numéro 1, automne–hiver 2001

Le littéraire et le politique : points d’ancrage

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/501286ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/501286ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département des littératures de l'Université Laval

ISSN

0014-214X (imprimé)

1708-9069 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Mitchell, W. J. (2001). La plus-value des images. *Études littéraires*, 33(1), 201–225. <https://doi.org/10.7202/501286ar>

Résumé de l'article

La plus-value des images.



LA PLUS-VALUE DES IMAGES

W.J.T. Mitchell

■ 1. Aborder la question des médias, s'adresser aux médias ¹

Cet article porte principalement sur les images, non sur les médias. Pourtant, nous nous appuyons à chaque étape sur certaines manières de penser les médias qu'il conviendrait de rendre explicites d'emblée. À l'attention des lecteurs désireux de poursuivre le développement de ces réflexions, je fournirai des références à mes propres travaux et à ceux d'autres auteurs.

Premièrement, quand j'aborde la question des médias, je ne me limite pas exclusivement ni même en premier lieu à la sphère moderne des « médias de masses » ni aux médias électroniques, mécaniques ou techniques. Je préfère concevoir les médias modernes, traditionnels ou soi-disant « primitifs » comme étant historiquement et dialectiquement liés. Les médias anciens et archaïques, tels que la peinture, la sculpture et l'architecture, fournissent un cadre pour appréhender la télévision, le cinéma et l'internet, au moment même où notre vision de ces premiers médias (et *a priori*, notre compréhension moderne d'eux, elle-même en tant que médium) dépend de l'invention de nouveaux moyens de communication, de simulation et de représentation. Des pratiques anciennes telles que la peinture corporelle, la scarification, le langage des gestes, des formations culturelles archaïques comme le totémisme, le fétichisme et l'idolâtrie survivent (bien que sous des formes nouvelles) dans les médias contemporains, et une bonne part de l'anxiété qui concernait les médias traditionnels a impliqué des questions d'innovation technique, et ce, depuis la prolifération des images sacrées jusqu'à l'invention de l'écriture ².

1 Le texte original, "Addressing media", joue sur les deux sens de l'expression tels qu'ils existent en anglais (note du traducteur).

2 Sur les usages contemporains de l'idolâtrie et du fétichisme, se référer à mon livre, *Iconology*, 1986, en particulier le chapitre "The Rhetoric of Iconoclasm", p. 160-208 ; sur le totémisme, se référer à mon étude, *The Last Dinosaur Book : The Life and Times of a Cultural Icon*, 1998.

Deuxièmement, s'il y a bel et bien une histoire des médias, il est inutile de la faire bifurquer entre des formes modernes et traditionnelles. Une exposition dialectique des médias demande une reconnaissance du développement inégal, de la survie de médias traditionnels dans le monde moderne, et une anticipation de médias nouveaux au sein de pratiques anciennes. Le médium « premier », l'architecture, par exemple comme l'avait montré Walter Benjamin, a toujours été un moyen d'expression de masses dans le sens qu'il est consommé dans un état de distraction³. La sculpture extérieure a eu pour public des collectivités de masses depuis des temps immémoriaux. Et la technologie a dès son avènement joué un rôle dans la production des œuvres d'arts et dans la communication de messages à distance, en commençant par l'invention du feu, jusqu'au tambours, aux outils et à la métallurgie.

Troisièmement, la notion des médias est dérivée du concept plus large de « médiations »⁴ qui va bien au-delà des matériaux et des technologies de l'art et des médias de masse, et inclut les médiations politiques (les institutions représentatives, telles que les législatures et les souverains), les médiations économiques (l'argent, les marchandises), les « médias » biologiques (comme dans une « culture » biotique ou un habitat), et les médiations spirituelles (le médium en tant qu'intermédiaire dans une séance ; l'idole comme symbole d'une divinité invisible). En bref, un médium n'est pas simplement un ensemble de matériaux, un dispositif, ou un code qui aurait une fonction médiatrice entre des individus. C'est une institution sociale complexe qui comprend en son sein des individus, et qui est constituée par une histoire de pratiques, de rituels, d'habitudes, d'aptitudes et de techniques, aussi bien que par un ensemble d'objets matériels et d'espaces (des scènes théâtrales, des studios, des peintures sur chevalet, des postes de télévision, des ordinateurs portables). Un médium est autant une guilde, une profession, un métier, un conglomerat, une entité corporative qu'un moyen matériel de communiquer.

Quatrièmement, tous les médias sont des médias « mixtes ». Il n'y a pas de médias « purs » (par exemple, la peinture « pure », la sculpture, l'architecture, la poésie, la télévision) quoique la recherche de l'essence d'un médium, ce que Clement Greenberg voyait comme le travail de l'avant-garde moderniste, est un geste utopique qui paraît inséparable de l'usage artistique de n'importe quel médium. La question de la pureté d'un médium se pose dès qu'il devient auto-référentiel et renonce à sa fonction de moyen de communication ou de représentation. Alors, certaines images exemplaires d'un médium (de la peinture abstraite, de la musique pure) sont canonisées comme incarnations de l'essence intrinsèque du médium en tant que tel⁵.

Cinquièmement, la vie mentale (la mémoire, l'imagination, la fantaisie, le rêve, la perception, la cognition) trouve ses médiations et est incarnée dans tout un registre de médias

3 Walter Benjamin, "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction", 1994.

4 À cet égard, je suis en accord avec la position de base de Régis Debray dans *Manifestes médiologiques*, 1994.

5 Pour une analyse plus complète sur la question de la pureté dans les médias, voir mon essai "Ut Pictura Theoria : Abstract Painting and Language", dans *Picture Theory*, 1994, p. 213-239.

matériels⁶. La pensée ne réside pas, comme l'a affirmé Ludwig Wittgenstein, dans un « médium étrange » à l'intérieur de la tête. Nous pensons à voix haute, au pupitre d'opérations, avec des outils, des images et des sons. Ce processus est parfaitement réciproque. Saul Steinberg appelle le dessin « penser sur du papier »⁷. Mais penser peut être aussi une sorte de dessin — à l'instar de la rhétorique classique —, une esquisse mentale, un tracé, une délimitation, et (dans mon propre cas) un gribouillage sans but. Nous ne pensons pas seulement sur les médias, nous pensons également *en* eux, ce pourquoi ils nous donnent un mal de tête caractéristique de la pensée récursive. Il n'y a pas de métalangage privilégié des médias dans la sémiotique, la linguistique ou l'analyse discursive. Notre relation aux médias est mutuellement et réciproquement constitutive : nous les créons et ils nous créent. C'est pourquoi tant de mythes de création décrivent Dieu comme un maître de l'artifice travaillant dans divers médias pour faire un ensemble de créations (l'architecture de l'univers, les formes sculptées des animaux et des êtres humains).

Sixièmement, si nous désirons « nous adresser aux médias », nous devons reconnaître que les images, et non le langage, caractérisent principalement les médias en tant qu'espèce. La parole et l'écriture sont évidemment cruciales pour articuler et déchiffrer les messages véhiculés par les médias, mais le médium lui-même est incarné dans le message, non dans le message⁸. MacLuhan avait seulement à moitié raison : le médium est « le massage », non le message. La parole et l'écriture sont simplement deux sortes de médias, l'une incarnée dans des images acoustiques, l'autre dans des images graphiques.

Septièmement, les images résident *dans* les médias, de même que les organismes résident à l'intérieur d'un habitat. Comme les organismes, elles peuvent se déplacer d'un environnement médiatique à un autre, si bien qu'une image verbale peut renaître dans une peinture ou une photographie, et une image sculptée peut être cinématographiée ou transposée en réalité virtuelle. Voilà la raison pour laquelle un médium peut sembler se « nicher » dans un autre, et pourquoi il peut paraître devenir ostensiblement un exemple canonique, par exemple lorsque Rembrandt en vient à représenter l'ensemble de la peinture à l'huile, ou la peinture à l'huile, l'ensemble de la peinture, ou encore, la peinture, l'ensemble des beaux-arts.

Huitièmement, la notion de « s'adresser aux médias » (dans leur ensemble, comme champ général) est complètement paradoxale et mythique. Les médias n'ont pas d'adresse et nous ne pouvons nous adresser à eux. Tel le dieu du monothéisme, telle la « Matrice » de la science-fiction moderne, les médias sont partout et nulle part, singuliers et pluriels. Ils sont ce « en quoi nous vivons, nous nous déplaçons et avons notre être ». Ils ne sont localisés ni dans un lieu ni dans un objet particuliers, mais ils sont eux-mêmes l'espace dans lequel les messages et les représentations prennent consistance et circulent. Demander l'adresse d'un médium est comme demander l'adresse du service postal. Il

6 Voir Stephen Pinker, *The Language Instinct*, 1995 pour le concept de « mentalese » comme médium mixte.

7 Se référer à ma discussion des analyses de Steinberg dans mon essai, « Metapictures », dans *Picture Theory*, *op. cit.*, p. 35-82.

8 Voir John Berger, « Why Look at Animals ? », 1980, p. 13-14.

peut bien y avoir des bureaux de poste spécifiques, toutefois, le médium connu sous l'appellation « service de la poste » ne possède pas d'adresse. Il contient toutes les adresses en lui-même ; il est ce qui rend les adresses possibles⁹.

Neuvièmement, donc, nous ne pouvons nous « adresser aux médias » ou nous faire adresser par les médias en tant que tels. Nous nous adressons à et nous nous faisons adresser par des *images* des médias, par des paysages médiatiques stéréotypés, ou par des personnages types (des stars médiatiques, des nababs, des gourous, des porte-parole). Lorsque nous parlons d'être « interpellés » par les médias, nous projetons une personification des médias, nous nous adressons à eux comme à quelqu'un dont nous serions l'interlocuteur. L'« adresse des médias » prend deux formes distinctes, l'une personifiée, l'autre spatiale : 1) (paroles) « adressées », comme celles d'un sujet parlant à un interlocuteur ; dans ce cas, le médium prend un visage et un corps, il est représenté par un avatar (comme lorsque la « Matrice » parle à travers ces « agents » et que les *hackers* répondent ; ou 2) l'« adresse » comme localité, lieu, endroit ou site d'énonciation ; dans un tel cas, ce qui compte, c'est d'où l'adresse « nous vient », comme on dit.

Dixièmement. Étant donné que les médias s'adressent à nous avec des images d'espaces ou de corps, de paysages ou de personnages et en tant que tels, ils produisent en nous toute l'ambivalence que nous associons aux images. Ils sont l'invisible « Matrice » ou le spectacle hypervisible, la divinité cachée, ou son Verbe incarné vivant. Ils sont les simples instruments de notre volonté, les moyens d'actions communicatives toujours davantage parfaits, ou les machines hors de contrôle qui nous entraînent vers l'esclavage et l'extinction.

Je conclus ce préliminaire : une position raisonnable pour commencer à aborder la question des médias (*addressing media*) est d'aborder conjointement le problème des images (*addressing images*) et le problème des formes auxquelles elles donnent vie, et qui en retour, les illuminent.

2. La plus-value des images

« Debout, faites-nous des idoles qui iront au-devant de nous. »
L'exode, 32 : 1.

« Les images ne sont rien, seule compte la soif. »
Publicité pour *Sprite*.

Chacun sait que les images sont malheureusement d'une trop grande valeur, et pour cette raison, elles doivent être retirées¹⁰. De simples images dominant le monde. Elles

9 Wolfgang Schaffner avait fait cette observation lors du symposium de Cologne, dans sa communication « Topologie des Mediens : Descartes, Peirce, Shannon », 2001, p. 82-89.

10 Cet article a été écrit initialement comme discours-programme de la réunion pour l'année 1999 de l'Association des Historiens d'Art de l'Université de Southampton, en Angleterre. Je voudrais remercier l'Association pour son hospitalité, en particulier Brandon Taylor pour sa compagnie cordiale et stimulante. Mes remerciements vont aussi à Arnold Davidson, Charles Harrison, Daniel Monk, Joel Snyder, Riccardo Marchi, et Candace Vogler pour leurs commentaires d'une grande aide sur diverses versions préliminaires de cet article.

semblent tout stimuler, et doivent donc être exposées pour ce qu'elles sont : rien que des vécues. Comment est produite cette paradoxale magie / non-magie de l'image ? Qu'est-ce qui arrive à une image quand elle est l'objet à la fois d'une sur- et d'une sous-évaluation, quand elle a une forme de « plus-value » ? Comment les images accumulent-elles une valeur qui paraît hors de proportion avec leur véritable importance ? Quelle sorte de pratique critique pourrait produire une estimation réelle des images ?

La relation entre images et valeur compte parmi les questions centrales de la critique contemporaine, tant dans l'étude professionnelle, académique de la culture, que dans la sphère de la critique publique et journalistique. Il suffit d'invoquer les noms de Walter Benjamin, Marshall MacLuhan, Guy Debord et Jean Baudrillard, pour faire entrevoir les ambitions théoriques totalisantes des études des images, des iconologies, de la médiologie, de la culture visuelle, de la Nouvelle Histoire de l'Art, etc. Dans la critique de l'image, un « virage pictural » a eu lieu à travers un ensemble impressionnant de disciplines — la psychanalyse, la sémiotique, l'anthropologie, les études cinématographiques, les études sur la personne sexuelle (*gender studies*), et bien sûr, les études culturelles (*cultural studies*) —, et cela a amené de nouveaux problèmes et paradigmes de manière similaire à ce qu'avait apporté le langage au cours d'un moment historique que Richard Rorty a qualifié de « virage linguistique »¹¹. En ce qui concerne la critique publique, l'omniprésence des médias de masses rend la domination de l'image évidente. Les images sont toujours à blâmer, que ce soit pour la violence ou pour la décadence des mœurs. La version populaire du « virage pictural » est tellement évidente que les publicités télévisées ont leur propre métalangage pour garder le contrôle sur l'image. La compagnie de boissons *Sprite* peut même nous dire : « Les images ne sont rien, seule compte la soif » (“Image is nothing. Thirst is everything”), un slogan qui, s'il est lu en anglais, est, avec ses registres existentiels, digne de Lacan.

La relation des images et de la soif est peut-être la première façon dont peut se penser la relation des images et de la valeur, particulièrement la façon dont les images elles-mêmes sont consommées ou « bues », et celle par laquelle elles semblent consommer les spectateurs. Les images sont notoirement une boisson qui manque de satisfaire notre soif ; leur fonction principale est d'éveiller le désir, de provoquer un manque et un besoin pressant en nous donnant la présence apparente de quelque chose et de nous la retirer dans un même mouvement. Ainsi pourrions-nous interpoler, dans le slogan de *Sprite*, une conjonction logique : « C'est parce que les images ne sont rien que seule compte la soif. »

Sous-jacent au choix du tout ou rien entre images et soif, il y a l'aveu que les images ne peuvent être dédaignées comme n'étant rien du tout, et la soif comme comptant seule. Cette place sous-jacente a été occupée historiquement par le raffinement de la soif connu comme le goût. La mise en œuvre du « bon goût » pour qualifier les images, pour séparer le vrai du faux, le funeste du bénéfique, les images laides des belles, est sans doute la

11 Pour ma discussion sur Rorty et le virage linguistique, voir *Picture Theory*, op. cit., p. 11-13.

tâche fondamentale de la critique. Dans la mesure où le mot « critique » implique une séparation du bien et du mal, le problème des images paraît se résoudre à partir d'une évaluation, et de manière plus urgente encore, à partir d'une « crise » de la valeur qui fait que la critique véritable semble se présenter presque par défaut comme une sorte d'iconoclasme, un effort pour détruire ou dénoncer les fausses images qui nous ensorcellent. Gilles Deleuze a argumenté que les fondations mêmes de la critique résident dans l'effort platonique de séparer l'image fausse ou l'apparence de la forme véritable, et que cela signifiait que la *philosophie s'attèle continuellement à la même tâche, l'iconologie*¹². La plupart des critiques fortes des images à notre époque, particulièrement des images visuelles, ont, ainsi que Martin Jay l'a montré, été d'un caractère iconoclaste¹³. Elles appréhendent les images comme étant astreintes à une discipline, une axiologie ou une critériologie qui réglerait systématiquement les jugements de valeur. Elles postulent que la question clef à propos des « images et de la valeur » est comment évaluer les images et dénoncer les fausses.

Malheureusement, je n'ai ni un système ni une praxis à proposer qui iraient dans cette direction. Le travail de l'évaluation des images revient généralement aux critiques d'arts et aux connaisseurs. En ce qui concerne l'évaluation de nouvelles œuvres d'art, je me console avec les sages remarques de Leo Steinberg sur la question :

Une manière de répondre aux provocations suscitées par de l'art nouveau est de rester ferme et de maintenir des normes strictes [...]. Une autre manière est d'être plus souple. Le critique intéressé par des manifestations nouvelles suspend ses critères et ses appréciations. Puisque ceux-ci se sont formés à partir de l'art d'hier, il n'assume pas qu'ils sont tous prêts pour l'art d'aujourd'hui [...]. Il retient son jugement jusqu'à que les intentions de l'œuvre deviennent apparentes et que sa réponse soit, dans le sens littéral du mot, sym-pathique, pas nécessairement approbatrice, mais avec un senti continu pour l'œuvre comme un objet pareil à nul autre¹⁴.

J'adopte, comme principe cardinal, cette approche « souple » pour les évaluations. Et je voudrais juste noter deux autres aspects des critères de Steinberg qui nous concernent ici. Le premier est l'affirmation selon laquelle on ne trouve pas les critères de manière indépendante, précédemment à la rencontre avec les images, mais ceux-ci sont « formés à partir de » l'art d'hier. « Formés à partir de » est une expression délicate et très précise qui suggère une formation mutuelle de valeurs lors de la rencontre avec des objets d'art, comme si les objets d'art étaient l'enclume sur laquelle les valeurs étaient forgées et testées, ou un moule dans lequel elles étaient coulées. Le second aspect est la trace d'animisme dans l'affirmation de Steinberg selon laquelle nous devons avoir un « senti continu » pour l'œuvre d'art.

Ce que j'appelle une pratique d'évaluation « souple » a été décrit dans des termes plus militants, il y a quelques années, par Northrop Frye dans « Polemical Introduction »

12 Gilles Deleuze, « The Simulacrum and Ancient Philosophy », 1969, p. 260.

13 Martin Jay, *Downcast Eyes : The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought*, 1993. Le titre de Jean Baudrillard *The Evil Demon of Images*, 1987, donne une mesure de l'actualité de la rhétorique iconoclaste dans la théorie contemporaine.

14 Leo Steinberg, *Other Criteria : Confrontations with Twentieth Century Art*, 1972, p. 63.

en tête de son *Anatomy of Criticism*. Frye avait argumenté de manière mémorable que la critique littéraire « systématique » se devait de renoncer à la tentation d'entreprendre des jugements de valeurs. Les « jugements de valeur », affirma-t-il, « sont fondés sur l'étude de la littérature ; jamais l'étude de la littérature ne peut se fonder sur des jugements de valeur ¹⁵ ». Il croyait que la critique littéraire ne pourrait jamais atteindre le statut de science si elle n'adoptait « l'hypothèse selon laquelle de même qu'il existe un ordre de la nature déterminant pour les sciences naturelles, de même la littérature n'est pas un ensemble d'"œuvres", mais un ordre de mots ¹⁶ ». « L'histoire du goût », soutient Frye, « n'est pas plus une partie d'une *structure* de la critique que le débat Huxley — Wilberforce est une partie d'une structure de la science de la biologie ¹⁷. » Frye louange la pratique de cette sorte de critique « systématique » dans l'œuvre de Ruskin (ridiculisant la confiance toute provinciale de Matthew Arnold en sa compétence d'évaluation). Ruskin, continue-t-il,

a appris son métier à partir de la grande tradition iconologique qui nous a été transmise par les érudits classiques et bibliques, et de Dante et Spenser [...] et qui est incorporée dans les cathédrales médiévales sur lesquelles il a médité avec une grande attention pour les détails ¹⁸.

Le soupçon de Frye concernant les jugements de valeur et son usage des analogies naturalistes et scientifiques sont eux-mêmes devenus objets de soupçon de nos jours, avec l'accent qui est mis sur le « dévouement » académique pour certaines valeurs politiques et éthiques spécifiques, et la suspicion tenace qui porte de manière concomitante sur la nature et sur les images qui sont parfois perçues comme son imitation. Et nous avons sans nul doute raison d'être circonspects à l'égard du naturalisme dans des temps où le darwinisme est à nouveau l'idéologie régnante, en même temps que Freud et Marx sont rejetés par la culture intellectuelle moyenne (celle qui se célèbre dans le *New Yorker* et le *New York Times*) comme des dinosaures. Néanmoins, l'insistance de Frye pour connecter de façon systématique la critique, et spécifiquement l'iconologie, à une suspension rigoureuse de jugements de valeur est digne d'être rappelée, si ce n'est seulement parce qu'elle rend possible une critique des images en tant que sources de valeur plutôt que comme objets d'évaluation. Dans un tournant remarquable, Frye assimile la critique évaluative à l'idéologie, à une imposition de l'étiquette, à une hiérarchie du goût, qui est « suggérée par la structure de classe de la société ¹⁹ ». Mais la critique véritable, l'« iconologie » de Frye « doit regarder l'art du point de vue d'une société idéale sans classes ²⁰ ». Cela ne signifie pas que toutes les images deviennent équivalentes, ou également valables, mais seulement que l'objet de la critique est de ne pas les classer selon un rang, c'est-à-dire de se lancer dans des exercices iconoclastes. Les rangs et la hiérarchie

15 Northrop Frye, *Anatomy of Criticism*, 1957, p. 20.

16 *Ibid.*, p. 17.

17 *Ibid.*, p. 18.

18 *Ibid.*, p. 10.

19 *Ibid.*, p. 22.

20 *Idem.*

(et une mise en miettes épisodique des images) prennent leur place parmi les structures et les événements historiques qui différencient les domaines de l'art, des images, des textes et des représentations dans tous les médias.

Une approche qui, de cette sorte, neutralise la question de la valeur a été absolument nécessaire pour mon étude iconologique des images des dinosaures depuis leur première apparition dans l'Angleterre victorienne des années 1840 jusqu'à leur circulation globale contemporaine comme images d'animaux, largement publicisés dans le monde. En premier lieu, le choix même du sujet — les dinosaures — semblait révéler un goût discutable pour les images. Aucun historien d'art n'avait jamais abordé le sujet parce qu'il semblait automatiquement plonger le critique dans la pire sorte de culture populaire et de kitsch. Du point de vue de la paléontologie, la seule bonne image de dinosaure doit être véridique, soit une image qui a été authentifiée comme exacte par les études médico-légales les plus rigoureuses. Les images désuètes, obsolètes et populaires sont au mieux une source d'amusement, au pire un facteur sérieux d'inattention qui contreviennent à la recherche scientifique de la vérité. En revanche, d'un point de vue iconologique, la valeur comme vérité scientifique d'une image est simplement un fait parmi d'autres concernant cette image, et non la base d'une compréhension critique. En tant qu'histoire « de la vie et des heures d'une icône culturelle », *The Last Dinosaur Book* (*Le livre du dernier dinosaure*) rassemble un assortiment d'images dont les registres de valeur sont complètement disparates²¹.

Certaines images de dinosaures ont de la valeur parce qu'elles sont impressionnantes ; d'autres parce qu'elles sont mignonnes ou horribles ; d'autres encore parce qu'elles sont réalistes, ou drôles, ou stimulantes pour l'esprit. D'autres — un coup de à gâteau calqué sur un dinosaure, une poupée « Barney » — peuvent frapper la plupart des gens comme étant complètement dénuées de valeur. Il semblerait qu'une image qui se loge dans tant d'endroits différents — la télévision, les magasins de jouets, le cinéma, le roman, les dessins animés, la publicité — posséderait nécessairement une valeur intrinsèque. Mais en possède-t-elle une ? Est-ce l'image qui a une valeur ou est-ce l'*objet* concret dans ou sur lequel elle apparaît ? C'est un tableau dans une galerie que nous achetons, et non l'image qu'elle contient. Nous ne pouvons qu'emprunter ou louer l'image d'une œuvre (en reproduction), et nous connaissons tous l'argument familier (notoirement, exprimé par Walter Benjamin) selon lequel une reproduction rabaisse l'œuvre d'art, épuisant sa valeur et son « aura ». L'image a une valeur, mais celle-ci est plus fuyante que la valeur d'un tableau, d'une statue ou d'un monument physique qui l'« incarne » dans un endroit spécifique. L'image ne peut être détruite. Le Veau d'Or peut bien être pulvérisé, brûlé, ou consommé comme une boisson empoisonnée par les Israélites idolâtres, mais l'image subsiste — dans des œuvres d'art, dans des textes, dans une narration ou dans le souvenir.

Pour réfléchir à propos de ce sujet, il est utile de faire une distinction entre ce que j'appellerais l'image et l'illustration ou le tableau (*picture*) — voire, plus généralement,

21 W. J. T. Mitchell, *The Last Dinosaur Book*, *op. cit.*

l'œuvre d'art. Les images, dirions-nous, sont des formes symboliques immatérielles, allant de formes géométriques bien définies jusqu'à des masses et des espaces sans contours précis, et jusqu'à des figures reconnaissables et des figures de caractères que l'on peut réitérer, tels que les pictogrammes, les idéogrammes et les lettres de l'alphabet. Les illustrations ou les tableaux sont les objets concrets et matériels dans lesquels ou sur lesquels les images apparaissent. Un tableau peut être accroché sur un mur, pas une image. L'image semble flotter sans support visible. C'est ce qui peut être prélevé d'une illustration ou d'un tableau, transféré sur un autre médium, ou même traduit en une expression verbale. L'illustration ou le tableau est l'image plus le support ; c'est l'apparence de l'image immatérielle dans le médium matériel. C'est pourquoi l'on peut parler d'images architecturales, sculpturales, cinématographiques, textuelles, et même d'images mentales, en reconnaissant que l'image dans ou sur la chose n'est pas tout ce en quoi on est en présence. On pourrait débattre longtemps sur la question de savoir si parler des images de cette façon ne mène pas à une sorte de platonisme pervers dans lequel le concept d'image prend le rôle des idées ou des formes platoniciennes. Les images subsisteraient donc dans la sphère des archétypes, en attente de leur manifestation concrète dans des œuvres d'art. Probablement, Aristote serait un meilleur guide sur la question du statut des images. Du point de vue aristotélicien, les images ne sont pas, pour reprendre les mots de Candace Vogler, « flottantes et libres comme autant d'âmes en attente d'une naissance ». Les images sont des « catégories d'illustrations ou de tableaux », des classifications d'illustrations ou de tableaux. Les images seraient ainsi des espèces, et les illustrations ou tableaux, des organismes dont la nature serait définie par les espèces. Le platonisme est plus pittoresque, matérialiste et vulgaire à propos de ces « espèces », les considérant comme des entités réellement existantes plutôt que simplement comme les noms d'outils conceptuels. Il nous donne une tradition vernaculaire de la théorie des images, une théorie construite sur un ensemble de méta-illustrations (*metapictures*) hypervalorisées (le plus notoirement, l'allégorie de la caverne), soit les formes fondamentales de la pensée²².

La tâche de l'iconologue en ce qui concerne les images et les illustrations ou les tableaux ressemble à celle de l'historien de la nature en ce qui a trait aux espèces et aux spécimens. (Le fait que le mot « espèce » lui-même est basé sur la notion de l'image « spéculaire » encourage cette analogie). Bien que l'on puisse reconnaître des spécimens pour leur beauté, leur intérêt, ou leur nouveauté, le travail principal n'est pas d'entreprendre des jugements de valeur, mais d'essayer d'expliquer pourquoi les choses sont ce qu'elles sont, pourquoi les espèces apparaissent dans le monde, ce qu'elles font et signifient, comment elles changent au cours du temps. Le naturaliste est censé parler d'un bon spécimen, mais cela semblerait très bizarre qu'il émette des jugements de valeur à propos des espèces. Une espèce n'est ni bonne ni mauvaise, elle se contente simplement

22 Je suis reconnaissant envers Candace Vogler du Département de philosophie de l'Université de Chicago pour ses suggestions sur le choix entre Platon ou Aristote pour une théorie des images. Sur le concept des « méta-illustrations », voir mon essai "Metapictures", dans *Picture Theory*, op. cit., p. 35-82.

d'*être*, et la question de la valeur n'entre en ligne de compte qu'à partir du moment où l'on a affaire au spécimen individuel ou à une collection de spécimens.

Ou peut-être cette conclusion est trop hâtive ? Il pourrait y avoir un sens dans lequel on évalue les images ou, du moins, dans lequel on participe à un processus de sélection culturelle qui pourrait ressembler à une forme d'évaluation. Certaines espèces biologiques survivent et prospèrent, deviennent fécondes et se multiplient. D'autres restent marginales ou même disparaissent. Peut-on appliquer cette partie de l'analogie aux images et aux illustrations ou tableaux ? Peut-on parler de l'origine des images, de leur évolution, de leur mutation et de leur extinction ? Comment des images nouvelles apparaissent-elles dans le monde ? Qu'est-ce qui mène à leur succès ou à leur échec dans l'écologie culturelle des formes symboliques ? Quoi qu'il en soit des lois cachées sous les processus de la vie des images ou des espèces, il semble pourtant clair que certaines sont hautement persistantes (tels les dinosaures et les insectes), et d'autres (les mutants et les accidents naturels) subsistent à peine au-delà du spécimen individuel. Entre deux, il y a des espèces (comme la nôtre) pour lesquelles le jury n'a pas encore rendu son verdict. L'espèce humaine semble être parmi les plus jeunes et les plus fragiles des formes de vie sur la planète. Bien qu'elle domine pour le moment l'écosystème, rien ne garantit que cet état de fait va continuer, et la plupart des images du futur de l'homme qui ont circulé dans notre culture globale pendant l'époque moderne ont dressé notre portrait comme celui d'une espèce menacée.

Peut-être ainsi y a-t-il une manière par laquelle nous pourrions parler de la valeur des images comme étant évolutives ou, du moins, comme étant des entités co-évolutives, des formes quasi vivantes (tels des virus) qui seraient dépendantes d'un organisme hôte (nous-mêmes), et qui pourraient se reproduire par elles-mêmes sans participation humaine ? Et cette perspective pourrait nous aider à différencier le type de valeur attribuable aux images, en contraste avec les évaluations que nous faisons des spécimens particuliers, des œuvres d'art, des monuments, des bâtiments, etc. La différence réside entre, d'une part, un jugement de survivance et de reproductibilité, de prospérité évolutive, et, d'autre part, un jugement sur un individu comme exemple « de sa nature ». Confrontés à une illustration ou un tableau ou un spécimen, nous nous demandons : « est-ce un bon exemple de X ? » Face à une image, nous nous demandons : « dans quoi entre X ? Est-ce qu'elle prospère, se reproduit, se propage et circule ? » Les cadres dans la publicité jaugent les images d'une campagne publicitaire en soulevant la simple question : « est-ce qu'elle marche ? » Autrement dit, semble-t-elle aller quelque part, est-ce qu'elle « se poursuit », selon l'expression de Wittgenstein, menant à des associations imprévues ? Lorsque les Israélites font la requête qu'une image de Dieu « aille au-devant » d'eux, ils espèrent que cette image « marche », qu'elle les mène quelque part et remplace leur guide perdu, Moïse.

Est-ce qu'une image « se poursuit » ou « va au-devant » de nous ? Voilà la question que vous pourriez vouloir attacher à l'image que j'étais en train de construire pour vous dans le cours des quelques dernières pages. Cette image était verbale et discursive, une métaphore élaborée ou une analogie entre le monde des illustrations ou tableaux et le monde du vivant, entre l'iconologie et l'histoire naturelle. Est-ce une bonne image ? Nous mène-t-elle quelque part ? Est-ce une analogie bizarroïde ou monstrueuse qui ne

peut nous mener qu'à une impasse cognitive ? Cette question, on le remarquera, est plutôt différente de celle de savoir si je la présente convenablement dans cet article. Si l'idée de base de comparer les images à des espèces, les illustrations ou les tableaux à des spécimens, les symboles culturels à des entités biologiques, a une quelconque valeur, elle survivra longtemps après que ce texte particulier aura été oublié.

Il se trouve que j'ai une certaine confiance dans cette analogie et dans ces perspectives de survie, précisément, car je ne l'ai pas inventée de nulle part. C'est une idée extraordinairement ancienne à propos des images, qui pourrait aisément être suivie à travers l'histoire de la réflexion humaine sur la notion même d'images. Nous pourrions vouloir commencer avec la place spéciale des images d'animaux parmi les premières formes d'art, l'importance du monde naturel dans les plus anciennes images religieuses, et l'émergence des premières formes d'écriture à partir d'images « zoo-graphiques ». Nous pourrions méditer sur le rappel que John Berger nous fait que « le premier sujet de la peinture fut animal. Probablement, le plus ancien matériau utilisé pour peindre fut le sang des animaux. Avant cela, il n'est pas déraisonnable de supposer que la première métaphore fût animale ²³ ». Ou bien l'argument plus général d'Émile Durkheim selon lequel le totémisme, la transformation du monde naturel en images sacrées animées est la plus ancienne et la plus fondamentale forme de vie religieuse ²⁴. Ou nous pourrions vouloir commencer à partir des êtres humains comme images animées, statues sculptées ou récipiends dans lesquels la vie fut insufflée. Ou nous pourrions encore nous référer à la description de la forme artistique par Henry Focillon comme « une sorte de fissure par laquelle nous pouvons faire entrer dans un règne incertain [...] une foule d'images [...] aspir[ant] à naître ²⁵ » qui viennent au monde, ou au nouveau monde des *cyborgs* et des formes de vie artificielle que font apparaître, dans leurs travaux, Donna Haraway et Bruno Latour ²⁶.

L'analogie entre les images et les organismes vivants n'est donc pas de ma propre invention. Elle a déjà survécu au travers de plusieurs millénaires d'histoire humaine. Ma seule contribution est de la remettre à jour, de l'insérer dans le nouveau contexte de la science biologique et de la pensée sur l'évolution. Nul doute que cette démarche vous rendra anxieux. Quant à moi, elle me garde éveillé la nuit. L'idée des images comme espèces vivantes est très dérangement pour les historiens de l'art. D'abord, elle

23 John Berger, "Why Look at Animals ?", *loc. cit.*, p. 5. Se référer également à ma discussion des images d'animaux dans "Illusion : Looking at Animals Looking", *Picture Theory, op. cit.*, ch. 10, p. 329-344.

24 Voir Émile Durkheim, *Les formes élémentaires de la vie religieuse : le système totémique en Australie*, 1985 [1912].

25 Henry Focillon, *Vie des formes*, 1947, p. 10.

26 Se référer à ma discussion de Focillon dans *The Last Dinosaur Book, op. cit.*, p. 54. Voir également Donna Haraway, "A Manifesto for Cyborgs", 1991, p. 149-181 ; Bruno Latour sur le concept de "factish" (le composé fait / fétiche [*fact / fetish*]) dans "A Few Steps toward an Anthropology of the Iconoclastic Gesture", 1997, p. 63-83. Pour une discussion de la prolifération des images en fonction de métaphores biologiques, on se reportera à Dan Sperber, "Anthropology and Psychology : Toward an Epidemiology of Representations", 1985, p. 73-89 ; Andrew Ross, "The Ecology of Images", 1992, p. 215-238.

semble réduire l'intervention de l'artiste de manière non négligeable. Dans le cas où les images seraient comme des espèces, des formes de vie co-évolutive de l'ordre du virus, l'artiste ou le faiseur d'images ne serait guère qu'un hôte traînant une foule de parasites en train de se reproduire joyeusement, et se manifestant occasionnellement dans des spécimens notables que nous appelons « œuvres d'art ». Qu'en est-il de l'histoire sociale, de la politique, de la valeur esthétique, de l'intention de l'artiste, de l'acte de réception du spectateur, si ce modèle possède quelque vérité ? Ma réponse est la suivante ; seul le temps le dira. Si c'est une image stérile et improductive, aucune éloquence de ma part ne la rendra vivante. En revanche, si elle « marche », rien ne pourra l'arrêter.

Poursuivons, en ce cas, en supposant que ma présentation des images en tant qu'êtres vivants possède une certaine plausibilité, du moins, pour une expérimentation de la pensée. Qu'advient-il de la question de la valeur ? Ma conjecture la plus solide est que la question de la valeur est transformée en une question de vitalité. Nous pouvons nous demander si une illustration ou un tableau est un bon ou un mauvais spécimen, mais avec une image, la question est : « est-elle vivante ? » Est-il probable qu'elle se poursuive et se reproduise, évoluant vers des nouvelles formes surprenantes ? Le critère de la valeur pour les images est la vivacité — ce qui n'est pas nécessairement la même chose que le semblant du vivant. Nous savons qu'une similitude picturale parfaite peut bien être tout ce qu'il y a de plus mort, alors qu'une image esquissée en quelques traits audacieux peut parfaitement « capturer la vie » du modèle. Il semblerait aussi que la vitalité d'une image et la valeur d'une illustration ou d'un tableau soient des variables indépendantes. Une image qui a survécu pendant des siècles au travers de millions de copies (le Veau d'Or, par exemple) peut paraître dans une reproduction parfaitement dénuée de vie et sans valeur. Une image morte ou stérile (une anomalie, un mutant, ou un monstre) peut disparaître un certain temps, mais elle est toujours capable de renaître. Une illustration ou un tableau sans vie disparaissent habituellement définitivement, dépérissant dans un grenier, dans la cave d'un musée, ou dans un dépotoir.

Mais peut-être la conséquence la plus intéressante du fait de percevoir les images comme du vivant est que la question de leur valeur (entendue comme vitalité) se joue dans un contexte social. Ce n'est pas tellement que nous évaluons des images, mais plutôt ce sont elles qui introduisent des nouvelles formes de valeur dans le monde, contestant nos critères, nous forçant de changer nos esprits. Wittgenstein décrit ce moment de la naissance ou de la renaissance d'une image comme l'« aube d'un aspect », une nouvelle façon de voir *ceci* comme étant *cela*. Les images ne sont pas juste des entités passives qui coexistent avec leurs hôtes humains. Elles changent la façon dont nous pensons, voyons et rêvons. Lorsque Dieu crée Adam comme la première « image vivante », il sait qu'il produit une créature qui sera capable de poursuivre la création de nouvelles images. Ceci est en fait ce pourquoi la conception selon laquelle l'image est vivante paraît aussi dérangeante et dangereuse, et la raison pour laquelle Dieu, ayant créé Adam d'après sa propre image, va plus tard émettre une loi interdisant la création d'autres images de main humaine. Si la valeur d'une image est sa vitalité, cela ne signi-

fie pas nécessairement que l'image vivante est nécessairement une bonne chose. L'image qui, produite par l'homme, devient vivante peut également être perçue comme une forme de vie mauvaise, corruptrice et pathologique, propre à menacer la vie de son créateur. Le témoignage le plus éloquent sur la vie des images vient de ceux qui craignent et abhorrent cette vie, la voyant comme une invitation à la dégénérescence morale, à la perversité, à la régression vers des superstitions sauvages, vers l'infantilisme, la psychose, et des formes grossières de comportement. En reconnaissant la vie des images, nous flirtons avec l'idolâtrie et le fétichisme, ce qui fait de nous soit des imbéciles, soit des filous, trompés par une illusion que nous projetons sur les choses, ou (pire encore) transmettant de manière perverse et cynique cette illusion à d'autres. Si nous créons des images pour qu'elles « aillent au-devant » de nous, elles peuvent nous entraîner le long d'un chemin de plaisirs trompeurs jusqu'à la damnation.

Historiquement, donc, l'attribution de la vie aux images est l'occasion d'une profonde ambivalence qui a trait à la valeur. L'image vivante n'est pas une valeur positive sans équivoque, mais plutôt à la fois l'objet d'amour et de haine, d'affection et de crainte, de formes de surestimation, tels que le culte, l'adoration et la vénération, et de dévaluation ou de sous-estimation, à l'instar du mépris, du ridicule, de l'iconoclasme en bloc. La meilleure preuve de la vie des images est la passion avec laquelle nous cherchons à les détruire ou à les tuer. L'iconophilie et l'iconophobie n'ont de sens que pour des gens qui pensent que les images sont vivantes.

Ou plus précisément, nous pourrions dire que l'iconophobie et l'iconophilie ont un sens principalement pour ceux qui pensent que d'autres gens pensent que les images sont vivantes. La vie des images n'est pas une affaire privée ou individuelle. C'est une vie *sociale*. Les images vivent dans des séries généalogiques ou génétiques, se reproduisant au cours du temps, migrant d'une culture à une autre. Elles ont aussi simultanément une existence dans des générations ou des périodes plus ou moins distinctes, dominées par ces formations d'images très étendues que nous appelons *Weltanschauung* (« illustrations ou tableaux du monde » — “ world-pictures ”). Voilà pourquoi la valeur des images semble historiquement variable, pourquoi les styles de périodes données invoquent toujours un nouvel ensemble de critères d'évaluation, rétrogradant certaines images et élevant à un rang supérieur d'autres. Alors, quand nous parlons des images comme des pseudo-formes de vie parasitant des hôtes humains, nous ne les décrivons pas simplement en tant que parasites d'êtres humains individuels. Elles forment un collectif social qui a une existence parallèle à celle de leurs hôtes humains, et au monde des objets qu'elles représentent. C'est pourquoi les images constituent une « seconde nature ». Elles sont, selon l'expression de Nelson Goodman, « des façons de bâtir le monde » qui produisent des nouveaux arrangements et de nouvelles perceptions du monde²⁷.

27 Nelson Goodman, *Ways of Worldmaking*, 1978. Goodman continue la tradition de Kant et de Cassirer, examinant les façons selon lesquelles des « mondes » sont « bâtis à partir de rien par l'usage des symboles » (p. 1).

La valeur et la vie des images deviennent ainsi plus intéressantes quand elles apparaissent au centre d'une crise sociale. Les débats à propos de la qualité de telle ou telle œuvre d'art sont intéressants, mais ce sont simplement des escarmouches mineures dans un théâtre bien plus large de conflits sociaux qui semblent invariablement focalisés sur la valeur des images autant que sur de « vraies » valeurs, tels la nourriture, le territoire, et l'abri. Les guerres menées pour des « Terres sacrées », comme la Palestine ou le Kosovo, se font, inutile de le dire, vraiment au sujet d'images, d'idoles de lieu, d'espace, et de paysage²⁸. Des valeurs utilitaires peuvent bien nous garder vivants et bien nourris, mais c'est la plus-value des images qui fait l'histoire, qui crée les révolutions, les migrations et les guerres. Et la plus-value, comme Marx l'a montré il y a bien longtemps, est explicable seulement dans les termes d'une logique d'images animées. Afin d'expliquer l'énigme de la valeur dans les sociétés capitalistes, remarque Marx, il est inutile de mesurer la valeur des marchandises en termes d'utilité pratique, de temps de travail, ou de n'importe quel critère raisonnable et pragmatique. Pour comprendre le prix des marchandises,

il faut [...] chercher dans la région nuageuse du monde religieux. Là les produits du cerveau humain ont l'aspect d'êtres indépendants, doués de corps particuliers, en communication avec les hommes et entre eux²⁹.

C'est le fétichisme des marchandises, leur transformation en images vivantes, qui les rend capables de se reproduire dans des spirales toujours croissantes de plus-value, accompagnées, selon Marx, par les contradictions sociales, toujours croissantes, de l'exploitation, de la misère et de l'inégalité.

Mais Marx n'écrit pas simplement en tant qu'iconoclaste qui croit que le monde doit être purgé des images afin de rendre possible une société véritablement humaine. Penser que les images sont le véritable ennemi serait retomber dans le piège des Jeunes Hégéliens, gagnant des guerres fantômes contre les idoles de l'esprit. Ce sont les choses qui doivent être changées, non les images. Marx comprend que les images doivent être appréhendées par la connaissance, et non réduites en miettes. C'est pourquoi il est tellement intéressant en tant qu'iconologiste. Il est patient avec ses fétiches et ses idoles, il leur permet de circuler dans ses textes en tant que concepts concrets qui peuvent être « auscultés » avec le stéthoscope du langage³⁰. Il fait allusion à une histoire naturelle des images, connectée aux modes de production et aux réflexes idéologiques. Les fétiches et les idoles, les superstitions et les images sauvages ne sont pas désintégrés dans les écrits de Marx. Ils sont amenés vers nous dans le présent.

Des études récentes de l'image par David Freedberg et Hans Belting ont rendu cette transposition du fétichisme et de l'idolâtrie plus aisément pensable pour les historiens de

28 W. J. T. Mitchell, "Holy Landscape : Israel, Palestine, and the American Wilderness", 2000.

29 Karl Marx, *Le capital*, 1965, L. I, section I, ch. 4, p. 606. Se référer à ma discussion sur la prise de parti de Marx et de ses successeurs au sujet des images, dans "The Rhetoric of Iconoclasm : Marxism, Ideology, and Fetishism", dans *Iconology*, *op. cit.*, ch. 6, p. 160-208.

30 L'original anglais utilise une métaphore musicale attribuée à Nietzsche : "sounded, with the tuning fork of language" (note du traducteur).

l'art qu'elle ne l'aurait été pour la génération précédente³¹. L'enquête de Freedberg sur le pouvoir des images et l'histoire de l'image « avant l'ère de l'art » par Belting nous emmènent toutes deux au-delà des confins de l'histoire de l'art dans le champ plus général de la culture visuelle. Les deux auteurs se concentrent sur l'image « superstitieuse » ou « magique », une figure archaïque nettement distinguée des images modernes, et spécialement de cette image que nous appelons l'art. Après le commencement de « l'ère de l'art », selon Belting, l'artiste et le spectateur « prennent pouvoir sur l'image » et en font un objet de réflexion. Belting admet d'emblée que cette division entre l'image traditionnelle et moderne est une simplification excessive, une réduction historiciste nécessaire pour se focaliser sur une époque spécifique. Il remarque que « l'humanité ne s'est jamais libérée du pouvoir des images³² ». Malgré cela, il voit la formation de collections artistiques comme la preuve que le principe d'action a été transféré de l'image vers son consommateur éclairé et contemplatif, et tout « pouvoir » dans l'image est dès lors une « réponse esthétique » qui, délicatement ajustée, ne bouleverse pas le spectateur de la façon que le faisaient les icônes traditionnelles, religieuses et magiques. Freedberg exprime une ambivalence similaire : « les peintures et la sculpture ne peuvent à présent faire autant pour nous » qu'elles le faisaient dans des âges de foi et de superstition. Mais immédiatement il hésite : « Ou le peuvent-elles ? Peut-être réprimons-nous de telles croyances³³. »

Belting et Freedberg ont raison d'être ambivalents à propos de leurs propres récits binaires sur une ère ancienne des images en opposition à une ère de l'art moderne. S'il y a un lieu commun dans la théorie contemporaine des images, c'est en fait qu'on attribue aujourd'hui aux images le mérite d'un pouvoir auquel n'auraient osé rêver les anciens idolâtres et leurs adversaires iconoclastes. Il suffit seulement d'invoquer les noms de Baudrillard et de Debord pour nous raviser sur le fait que l'image comme pseudo-agent, à titre propre de pouvoir, est vivante et bien portante. Martin Jay nous rappelle que l'histoire des théories des images visuelles, et plus exactement de la vision elle-même, est largement une histoire de l'anxiété. La théorie des images, ainsi que je l'ai suggéré dans *Iconology*, a pour propos, en réalité, la peur des images. Nous vivons à l'âge des *cyborgs*, du clonage, du génie biotechnologique, dans un temps où le rêve ancien de créer une « image vivante » est en train de devenir un lieu commun. L'ère de la « reproduction mécanique » de Benjamin, lors de laquelle l'image était évidée de son aura, de sa magie, de sa valeur de culte par la rationalité mécanique, a été supplantée par une ère de « reproduction bio-cybernétique », dans laquelle la chaîne de montage est gérée par des ordinateurs, et les produits qui en sortent sont des organismes vivants. Par ailleurs, même en son temps, Benjamin, dans son récit de la fin de la valeur de culte, reconnaissait des nouvelles formes de valeur de spectacle (*exhibition value*) qui étaient pleines de

31 David Freedberg, *The Power of Images ; Studies in the History and Theory of Response*, 1989 ; Hans Belting, *Likeness and Presence : A History of the Image before the Era of Art*, 1994.

32 Hans Belting, *Likeness and Presence*, op. cit., p. 16.

33 David Freedberg, *The Power of Images*, op. cit., p. 10.

prémonitions obsédantes sur un nouveau pouvoir incontrôlable des images lorsque celles-ci sont mobilisées par des cultes politiques et par les médias de masses, notamment dans les industries culturelles du fascisme et dans celles du capitalisme avancé.

Est-ce qu'il faut se plier à un schisme perpétuel entre la valeur de l'art, tenu pour le répertoire des valeurs civilisées, le dépositaire de l'image rédimée propre à la contemplation critique, et la valeur des images, considérées comme le dépotoir de valeurs avilies ou le reliquat d'un fétichisme des marchandises, d'une hystérie de masses, et d'une superstition primitive ? Ceci a été la stratégie d'un nombre de critiques puissants de notre époque, dont le plus remarquable est Clement Greenberg. Et elle est en voie d'être mise à jour dans le cadre des attaques contre les études des images et la culture visuelle par les éditeurs du magazine *October* (" Questionnaire on Visual Culture "). La culture visuelle, nous dit-on, menace les valeurs fondamentales de l'histoire de l'art précisément parce qu'elle détourne notre attention de l'art vers les images. Il est temps, nous dit-on encore, de retourner à la matérialité concrète et la spécificité de l'œuvre d'art, et de rejeter la nouvelle notion dématérialisée de l'image, une notion qui sert seulement à rendre floue la distinction entre l'art et les images, l'art et la littérature, à éliminer l'histoire en faveur d'approches anthropologiques de la culture visuelle, et à préparer les sujets pour la prochaine étape du capitalisme global.

Il est difficile d'imaginer une manière plus improductive de tracer les lignes de combat pour la valeur dans les études contemporaines de l'histoire de l'art ou de la culture visuelle. Le caractère concret de l'œuvre d'art et l'immatérialité de l'image ne sont pas une délimitation à travers laquelle une sorte de guerre de principes peut être lancée ; ils constituent une relation dialectique sans laquelle ni l'histoire de l'art ni l'iconologie ne peuvent être possibles. L'image a toujours été immatérielle d'une manière ou d'une autre. Les nouveaux médias rendent simplement l'ontologie fondamentale des images évidente de façon nouvelle. La guerre entre la culture élitiste et la culture de masses est matière de bons mots incisifs pour les pontifes de la culture, tel Robert Hughes, mais cela contribue peu à clarifier le sens ou la valeur de l'une ou de l'autre que de lancer des tirs aériens depuis des hauts lieux pour libérer les masses plongées dans l'ignorance. L'étude des images et de la culture visuelle est, à mes yeux, précisément la bonne place depuis laquelle ces frontières disputées peuvent être cartographiées, en même temps que peuvent être explorées d'autres frontières, telles celles qui passent entre le médium visuel et le médium verbal. En ce qui concerne le caractère anhistorique de l'anthropologie, toute personne qui a lu ce qui a été écrit dans le domaine au cours de ces dix dernières années ne pourrait avancer quelque chose qui le confirme.

Ceci posé, il nous reste alors la question de ce que pourraient être la valeur des images et l'étude de la culture visuelle face à la prochaine phase du capitalisme global. Si nous sommes vraiment en train de « préparer les sujets » pour ce meilleur des mondes, peut-être faisons-nous simplement notre travail, surtout si cette préparation met en jeu le développement de nouvelles aptitudes de critique, d'interprétation, et d'évaluation des images basées sur un sens plus clair de ce qu'elles sont, et des moyens par lesquels elles introduisent de nouvelles formes de valeur dans le monde ? J'aimerais faire une sugges-

tion conceptuelle sur une manière de repenser des images hyper-valorisées, surestimées (et pour cette raison méprisées et sans valeur). Je conclurai donc par une brève analyse d'une paire d'images spécifiques au moment de leur naissance ou de leur dévoilement.

Il y a trois noms traditionnellement attribués à la sur- / sous-estimation des images dans les discours critiques occidentaux : l'idolâtrie, le fétichisme et le totémisme. Parmi ces trois noms, l'idolâtrie a l'histoire la plus longue et met à jour le plus grand surplus de surestimation (comme image de Dieu, la valeur ultime). Le fétichisme est deuxième, de près avec l'idolâtrie en tant qu'image de surplus, associé qu'il est à l'avidité, à l'instinct de possession, au désir pervers, au souci matérialiste, et à une attitude magique envers les objets. Le totémisme, en contraste, n'a pas été largement employé.

Je propose que nous reconsidérons côte à côte le totémisme, le fétichisme et l'idolâtrie, et que nous tenions le premier pour la forme distincte de la plus-value des images. Mon but en faisant cela est de donner corps au récit historique de l'image surestimée, et d'offrir un modèle qui ne commence pas par l'iconoclasme soupçonneux, mais par une certaine curiosité pour la façon dont des formes de valorisation soi-disant « primitives » peuvent encore dire quelque chose pour nous, les soi-disant « modernes ». L'introduction du totémisme comme troisième terme de l'histoire de l'art peut également aider à en miner le modèle binaire dans sa constitution qui oppose un « âge des images » à une « ère de l'art », ou pire encore qui oppose l'art « occidental » à celui du « reste » du monde. Le totémisme, en fait, est le successeur historique de l'idolâtrie et du fétichisme comme manière de nommer l'image hypervalorisée de l'autre. Il donne aussi un nom à une réévaluation du fétiche et de l'idole. Si l'idole est ou représente un dieu, et le fétiche un « objet fait » avec un esprit ou un démon en son sein, le totem est « de ma parentèle », d'après son sens littéral dans la langue *ojibwa*³⁴. Ce n'est pas que les totems soient essentiellement différents des idoles et des fétiches : les distinctions sont notoirement difficiles à soutenir. Le concept de totémisme vise, dans un sens, à incorporer les manières plus anciennes d'après lesquelles se faisait la rencontre entre les modernes et l'image non moderne dans le cadre d'une structure nouvelle et plus profonde. Le totémisme était supposé être la forme la plus élémentaire de vie religieuse, d'après Durkheim, plus profonde et plus archaïque que l'idolâtrie et le fétichisme. Bien que l'idolâtrie vienne, dans la tradition judéo-chrétienne et islamique, comme le crime le plus grave contre un monothéisme iconoclaste, elle relève d'un développement relativement tardif selon Durkheim. L'idolâtrie transforme le totem sacré, un symbole du clan ou de la tribu, en dieu. Les idoles sont simplement des totems exagérés, plus puissants, davantage valorisés et, pour cette raison, plus dangereux. Le fétichisme vient en second dans cette séquence historique de perversion des images. Il émerge, ainsi que l'a montré William Pietz, dans le mercantilisme du XVII^e siècle, spécifiquement dans le commerce entre l'Afrique et le Portugal (lequel fournit le mot *feticho*, « objet fait »)³⁵. Il supprime l'idolâtrie en tant que nom pour l'objet détesté de l'autre. Alors que l'idolâtrie tendait à être rehaussée dans sa

34 Claude Lévi-Strauss, *Le totémisme aujourd'hui*, 1980, p. 29.

35 William Pietz, "The Problem of the Fetish", 1985-1988.

valeur grâce à son association avec l'art grec et romain, le fétiche est relégué au domaine du matérialisme, de la saleté, de l'obscénité, du culte phallique, de la magie, des intérêts privés, de l'échange contractuel des marchandises. Le fétiche peut être conçu comme un faux, une sorte de petit totem déclassé. Pour paraphraser la formule de MacLennan, cité par Lévi-Strauss, « le fétichisme, c'est le totémisme moins l'exogamie et la filiation matrilineaire³⁶ ». En bref, le fétiche est le totem sans l'investissement communautaire. C'est un fragment du totem, un objet-partiel, souvent, une partie du corps, un individu dissocié du collectif. Les pratiques sexuelles associées avec ces images hypervalorisées font ressortir très fortement un tel constat. L'idolâtrie est traditionnellement rattachée à l'adultère et à la promiscuité (et aux rites de prostitution pour obtenir la faveur de dieux étranges), le fétichisme, à la perversité et à des cultes phalliques obscènes. Le totémisme, en contraste, est sollicité pour la régulation de pratiques sexuelles légitimes, la prohibition de l'inceste, et l'encouragement de mariages inter-tribaux. Mon propos n'est pas d'idéaliser le totem, mais de situer sa signification historique et iconologique, et de l'avancer jusqu'au sein de la modernité. Il est significatif que Freud commence *Totem et tabou* en soulignant que, si les « tabous continuent d'exister parmi nous [...], le totémisme, par contre, est une institution socio-religieuse devenue étrangère à notre présente façon de sentir³⁷ ».

La complexité des rituels totémiques, la folle mosaïque de différenciation sociale, l'animisme, le naturisme³⁸, la piété ancestrale, tous rendent difficile une cartographie du totémisme inséré dans les images modernes. Pire encore, le totémisme était à peu près inutile comme arme dans la guerre des valeurs du modernisme. Étiqueter quelqu'un comme totémiste manque simplement de force polémique ; c'est à peine grammatical. Le totémisme est principalement un terme technique dans les sciences sociales, virtuellement synonyme de la montée de l'anthropologie en tant que discipline. Il a été l'indicateur du passage d'une rhétorique d'iconoclasme à une rhétorique de curiosité scientifique. Si l'idolâtre est un ennemi qui doit être honni ou tué, et le fétichiste un sauvage avec lequel on veut pratiquer le commerce, le totémiste est le membre d'une race en voie d'extinction restée en retrait dans la progression évolutive vers la modernité. En conséquence, l'attitude envers le totem n'est ni une hostilité iconoclaste ni un moralisme, mais une sollicitude de muséologue. On pourrait voir la réévaluation des idoles et des fétiches par l'art plus récent comme une sorte « totémisation », un effort pour comprendre les contextes sociaux et historiques, les pratiques rituelles, les systèmes de valeur et les mécanismes psychologiques qui font que ces images possèdent autant de plus-value.

Comme concept analytique, le totémisme écarte les jugements moralistes prononcés à l'encontre de l'idolâtrie et du fétichisme, mais au coût d'une distanciation indulgente

36 Voir Claude Lévi-Strauss, *Le totémisme aujourd'hui*, op. cit., p. 22.

37 Sigmund Freud, *Totem et tabou*, 1998, p. 194.

38 Je reprends au livre d'Émile Durkheim, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, op. cit., livre I, ch. 3, le terme de *naturisme* qui avec celui d'animisme, est l'un des concepts fondamentaux d'une religion élémentaire.

et condescendante qui le relègue dans l'« enfance » de la race. Le totem devient une figure de division entre les cultures visuelles anciennes et modernes. Il est pour cette raison, par définition, inapproprié pour l'analyse de l'image moderne, laquelle est confinée au domaine de l'idolâtrie et du fétichisme, d'une part, ou réduite à l'objet esthétique rédimé, de l'autre. (Il y a bien sûr de nombreux recoupements : Meyer Schapiro a noté que la plus haute louange pour la peinture abstraite moderniste semblait invariablement utiliser le langage du fétichisme, et le surréalisme ainsi que des formes d'art postmodernes orientées vers la politique et la personnification sexuelle de l'artiste et de sa production ont tous utilisé le langage du fétichisme de manière extensive³⁹.)

Le totémisme, malgré son apparence explicite dans la sculpture de David Smith et la peinture de Jackson Pollock⁴⁰, semble ne s'être imposé dans le discours de l'art contemporain⁴¹. Encore plus entravant pour le concept de totémisme a été son abandon en tant qu'outil analytique par l'anthropologie culturelle. Bien que je ne puisse donner les détails de cette histoire ici, il suffit de dire que le rejet du totémisme par Lévi-Strauss qui le ravale au rang de concept fantôme, comparable à l'hystérie en psychanalyse, l'a rendu semblable à une nasse pour une pêche miraculeuse d'images, de croyances, et de pratiques rituelles.

Si le totem était inutile pour l'analyse des images primitives, il était difficile de voir quel rôle il pourrait jouer dans une analyse de la modernité — en tout cas, jusqu'au moment présent, lorsque la modernité elle-même a commencé à disparaître dans le rétroviseur de l'histoire, et qu'une nouvelle synthèse des pensées biologiques, écologiques et évolutives a rendu possible une reconceptualisation de l'iconologie comme histoire naturelle des images. Le totémisme est, en premier lieu, fondé sur des images du monde naturel, spécialement celles des animaux et des plantes. Ainsi que l'a exprimé Lévi-Strauss : « Le terme totémisme recouvre des relations, idéalement posées, entre deux séries, une *naturelle*, l'autre *culturelle*⁴². » Le totem, donc, est l'image idéologique par excellence, car il est l'instrument par lequel les cultures et les sociétés se naturalisent. La nation devient « natale », génétique, généalogique, et bien sûr raciale. Elle est enracinée dans le sol, la terre, comme une entité végétative ou un animal en leur biotope.

Les autres aspects du totémisme — sa relation au culte des ancêtres et à la régulation de la sexualité et de la reproduction (l'exogamie et la filiation matrilineaire), ainsi que l'accent qui est posé sur les rituels sacrificatoires centrés autour du repas ou de fêtes communautaires — sont tous des façons d'élaborer et de ramifier le rôle de l'image sur / sous-estimée. Et le totem est, avant tout, une image, une représentation collective dans une forme graphique ou sculpturale, que Lévi-Strauss dénomme l'« “ instinct ”

39 Meyer Schapiro, "The Nature of Abstract Art (1937)", 1978, p. 200 ; Hal Foster, "The Art of Fetishism : Notes on Dutch Still Life", 1992.

40 Pour reprendre certains de mes travaux précédents, dans l'esthétique du *Minimalisme* et dans les expériences sur le *paleoart* de Robert Smithson.

41 Voir ma discussion de Morris, dans *Picture Theory*, op. cit., p. 241-279 ; et de Smithson, dans *The Last Dinosaur Book*, op. cit., p. 142 et p. 270-272.

42 Claude Lévi-Strauss, *Le totémisme aujourd'hui*, op. cit., p. 27.

graphique⁴³ ». Comme le remarque Durkheim, « les images de l'être totémique sont plus sacrées que l'être totémique lui-même⁴⁴ ». La naissance de la société humaine, pour Durkheim, est ainsi synonyme de la naissance des images, spécifiquement de l'image de la totalité sociale qui est projetée sur une image naturelle. Dieu ne crée pas l'homme à son image dans les formes les plus élémentaires de la vie religieuse. L'homme crée Dieu à l'image des formes naturelles durables qu'il rencontre dans la vie quotidienne, comme manière de signifier la continuation de la vie et l'identité du clan.

Je veux maintenant conclure par une méditation sur deux scènes qui pourraient être dénommées « la naissance d'une image », toutes deux déployant un excès ou une plus-value d'une manière hautement théâtrale, et arborant de nombreux aspects du totémisme bien que ni l'une ni l'autre n'aient jamais été nommées ainsi. Il s'agit du *Veau d'Or* par Nicolas Poussin et du *Souper festif dans le ventre du premier dinosaure*, publié dans le *London Illustrated News* en date du 7 janvier 1854. Ces deux scènes sont radicalement séparées l'une de l'autre d'après leur lieu culturel historique et leur style pictural ; au niveau de l'iconologie, cependant, on pourrait observer indéfiniment leurs étonnantes ressemblances, raison pour laquelle elles constituent de bons exemples pour l'étude comparative des images hypervalorisées dans des cadres anciens et modernes. Toutes deux sont dominées par l'image d'une bête ; toutes deux montrent une bande de joyeux convives participant à une célébration festive de la naissance de l'image. L'image ancienne possède la plus haute valorisation à laquelle une image pourrait aspirer. Tout à fait littéralement, c'est un dieu. C'est-à-dire qu'elle ne se contente pas de ressembler ou de représenter un dieu qui est situé ailleurs, mais est elle-même une divinité vivante. Les Israélites ne demandent pas à Aaron de faire le symbole ou la ressemblance d'un dieu, mais un dieu même. Et les matériaux les plus valorisés sont employés à cette fin. Les bijoux d'or que les Israélites ont emportés d'Égypte sont fondus pour faire un veau. Pour sa part, l'image moderne du dinosaure a la valeur d'un miracle scientifique. Ce n'est pas simplement la réplique ou la ressemblance d'une créature disparue. Dans les termes de Benjamin Waterhouse, le sculpteur qui l'a modelée, l'art moderne et la science ont collaboré dans ce travail pour « revivifier » le monde ancien, pour ressusciter des « os desséchés » du royaume des morts et les réanimer dans une reproduction moderne de la prophétie d'Ézéchiël où il est dit qu'« il y en avait une très grande quantité qui étaient sur la face de la terre, et extrêmement secs⁴⁵ ».

Mais il y a aussi les ombres d'une dévalorisation planant sur les deux images. Nous savons que le Veau d'Or est une abomination devant le Seigneur (aussi attirante qu'elle puisse être pour nous) et va être moulu en poudre et brûlé. Le dinosaure va aussi être condamné par les fondamentalistes chrétiens comme abomination, et sa valeur, un siècle après son premier dévoilement, fluctue continuellement entre le sublime et le mignon,

43 *Ibid.*, p. 106.

44 Émile Durkheim, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, op. cit., p. 189.

45 Ézéchiël 37 :3, dans la traduction d'I. Le Maistre de Sacy.

entre une monumentalité impressionnante et l'aura d'une faute bête et méprisable à laquelle le spectateur peut s'abaisser.

Si le Veau d'Or est au centre d'une scène de promiscuité sexuelle et d'excès bachique, le dinosaure cadre une scène de fraternité masculine, l'apparition d'une nouvelle classe de professionnels modernes (ce que nous appelons à présent des « complets et cravates ») dans le ventre d'une bête dont la vie symbolique va aller bien au-delà de tout ce qui aurait pu être imaginé en 1854. Le dinosaure va devenir, en fait, l'animal totem de la modernité. Son gigantisme va servir d'image vivante aux technologies modernes (spécialement le gratte-ciel) ; la violence et la consommation rapace qu'elle sous-entend vont alimenter les modèles néo-darwinistes du capitalisme comme ordre social « naturel » ; son statut d'espèce disparue va trouver son écho dans l'émergence de la mort de masses et du génocide comme une réalité globale au XX^e siècle, et dans le rythme croissant des cycles d'innovation et d'obsolescence. Le dinosaure comme nouveauté scientifique et populaire est aussi un symbole de l'archaïque et du démodé, soit la dialectique fondamentale de la modernité.

Au-delà de ces similarités de forme et de fonction, le contraste entre les deux images est également frappant. L'une est une scène de célébration autour d'une bête sacrée ; l'autre installe la scène de son festin à l'intérieur du ventre de la bête, suggérant simultanément une image qui évoque Jonas au travers d'hommes avalés par un animal, ou celle d'un animal en gestation de ces hommes. Si cette lecture semble tirée par les cheveux, elle n'a pourtant pas échappé à l'attention des spectateurs contemporains. Le *London Illustrated News* congratulait ces gentlemen qui festoyaient à l'intérieur du dinosaure pour être nés à l'âge moderne, car s'ils étaient nés dans des temps anciens, ils auraient été le repas dans le ventre de la créature. Nous avons aussi la bonne fortune de savoir exactement ce que faisaient ces gentlemen modernes lorsqu'ils levaient leur verre pour un toast. Ils chantent une chanson composée spécialement pour l'occasion :

Un millier d'âges géologiques sous-terre
Son squelette gisait,
Mais à présent son corps est grand et rond
Et il est plein de vie à nouveau !

Ses os sont tels ceux d'Adam enrobé dans la claie,
Ses côtes robustes comme le fer.
Où est la brute vivante aujourd'hui
Qui ose l'expulser ?

Dessous sa peau il a en lui
Les âmes d'hommes vivants.
Qui ose à présent se moquer de notre saurien
Qui a de la vie en lui à nouveau ?
Refrain : La plaisante vieille bête
N'est pas décédée
Elle a de la vie en elle à nouveau⁴⁶.

46 *London Illustrated News*, 7 janvier 1854.

Ce n'est pas simplement que l'image animale a réalisé la performance d'une renaissance miraculeuse, mais que les créateurs de l'image, la nouvelle race d'hommes modernes et scientifiques, ont d'une certaine manière été engendrés du ventre de cette image bestiale. Est-ce que nous créons des images ou est-ce que ce sont elles qui nous créent ? La réponse, du point de vue du totémisme de Durkheim, est parfaitement équivoque. Les totems sont des choses fabriquées, des images artificielles. Mais ils prennent une vie indépendante. Ils semblent se créer eux-mêmes, et créer les formations sociales qu'ils signifient. Les Israélites, et spécialement Aaron, créent le Veau d'Or, mais ils le créent pour qu'il « aille au-devant » d'eux comme chef, prédécesseur et ancêtre qui les a engendrés en tant que peuple. Le Veau d'Or et le dinosaure sont des animaux qui « vont au-devant » dans tous les sens de l'expression⁴⁷.

Conclusion

Nous pourrions nous étendre avec une longueur considérable pour dégager le sens et la valeur des images du *Veau d'Or* et du *Souper festif*, et j'ai à peine égratigné la surface avec ces remarques. Mon propos principal est simplement de suggérer que la question des images et de la valeur ne peut être réglée en établissant un assortiment de valeurs, et en suite, en continuant par l'évaluation d'images. Les images sont les joueurs actifs dans le jeu d'établir et de changer les valeurs. Elles sont capables d'introduire de nouvelles valeurs dans le monde et ainsi d'en menacer d'anciennes. Pour le meilleur ou pour le pire, les être humains établissent leur identité collective et historique en créant autour d'eux une seconde nature composée d'images qui ne se contentent pas simplement de refléter en retour les valeurs consciemment voulues par leurs auteurs, mais qui rayonnent en retour de nouvelles formes de valeur forgées dans l'inconscient collectif et politique de leurs spectateurs. Comme objet de plus-value, simultanément de sur- et de sous-estimation, les images se tiennent à l'interface des conflits sociaux les plus fondamentaux. Elles sont des entités fantasmagoriques et immatérielles qui, lorsqu'elles sont incarnées dans le monde, semblent posséder un pouvoir d'action, une aura, un « esprit qui leur est propre », une projection d'un désir collectif qui est nécessairement obscur pour ceux qui se trouvent, comme les scientifiques de Hawkins ou les fêtards de Poussin, en train de célébrer à l'intérieur ou autour d'une image. Ceci n'est pas moins vrai pour les images modernes que pour les images anciennes. Quand nous en venons aux images, selon le mot de Bruno Latour, nous n'avons jamais été et probablement ne serons jamais modernes. J'ai suggéré le totémisme comme perspective critique pour soulever ces problèmes, car il pose la question de la valeur des images en restant « franc-jeu », si l'on peut dire, comme dans un jeu entre amis ou parents, non comme dans une hiérarchie dans laquelle une image doit être adorée ou avilie, objet de culte ou réduite en miettes. Le totémisme permet à l'image d'assumer une relation de sociabilité, de conversation,

47 Je recommande ici les méditations fascinantes de Jacques Derrida sur « l'animal que je suis » (la première personne du verbe « être » et du verbe « suivre ») dans son livre à paraître sur l'animal dans la philosophie et la littérature occidentale.

de dialectique avec le spectateur, de la manière qu'une poupée ou un animal en peluche l'est pour un enfant. Nous, les adultes, pourrions apprendre quelque chose de cet exemple, et peut-être l'appliquer dans nos relations avec les images, qui semblent, pour des raisons souvent mystérieuses, avoir tant d'importance pour nous*.

* Traduction de Paul Batik

Références

- BAUDRILLARD, Jean, *The Evil Demon of Images*, Sydney, Power Institute of Fine Arts, 1987.
- BELTING, Hans, *Likeness and Presence : A History of the Image before the Era of Art*, Chicago, University of Chicago Press, 1994.
- BENJAMIN, Walter, "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction", dans *Illumination*, New York, Schocken Books, 1969, p. 217-251 (trad. de H. Zohn et éd. de H. Arendt).
- BERGER, John, "Why Look at Animals ?", dans *About Looking*, New York, Pantheon Books, 1980, p. 1-26.
- DEBRAY, Régis, *Manifestes médiologiques*, Paris, Gallimard, 1994.
- DELEUZE, Gilles, "The Simulacrum and Ancient Philosophy", dans *Logic of Sense*, New York, Columbia University Press, 1990, p. 260 (trad. de M. Lester et C. Stule).
- DURKHEIM, Émile, *Les formes élémentaires de la vie religieuse : le système totémique en Australie*, Paris, Presses universitaires de France (Quadrige), 1985 [1912].
- FOCILLON, Henry, *Vie des formes*, Paris, Presses universitaires de France, 1947.
- FOSTER, Hal, "The Art of Fetishism : Notes on Dutch Still Life", *The Princeton Architectural Journal*, vol. IV (1992), p. 6-19.
- FREEDBERG, David, *The Power of Images ; Studies in the History and Theory of Response*, Chicago, University of Chicago Press, 1989.
- FREUD, Sigmund, *Totem et tabou*, dans *Œuvres complètes*, Paris, Presses universitaires de France, vol. XI, 1998 (éd. et trad. d'A. Bourguignon, P. Cotet et J. Laplanche), p. 189-385.
- FRYE, Northrop, *Anatomy of Criticism*, Princeton, Princeton University Press, 1957.
- GOODMAN, Nelson, *Ways of Worldmaking*, Indianapolis, Hackett Publishing C°, 1978.
- HARAWAY, Donna, "A Manifesto for Cyborgs", dans *Simians, Cyborgs, and Women : The Reinvention of Nature*, New York, Routledge, 1991, p. 149-181.
- JAY, Martin, *Downcast Eyes : The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought*, Berkeley, University of California Press, 1993.
- LATOUR, Bruno, "A Few Steps toward an Anthropology of the Iconoclastic Gesture", *Science in Context*, n° 10 (1997), p. 63-83.
- LÉVI-STRAUSS, Claude, *Le totémisme aujourd'hui*, Paris, Presses universitaires de France, 1980 [1962].
- MARX, Karl, *Le capital*, dans *Œuvres*, Paris, Gallimard (Bibliothèque de la Pléiade), 1965 [1867], t. 1, p. 537-1538 (éd. et trad. de M. Rubel).
- MITCHELL, W. J. T., "Holy Landscape : Israel, Palestine, and the American Wilderness", *Critical Inquiry*, vol. XXVI, n° 2 (hiver 2000), p. 193-223.
- — —, *Iconology : Image, Text, Ideology*, Chicago, University of Chicago Press, 1986.
- — —, *Picture Theory : Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago, University of Chicago Press, 1994.
- — —, *The Last Dinosaur Book : The Life and Times of a Cultural Icon*, Chicago, University of Chicago Press, 1998.
- PIETZ, William, "The Problem of the Fetish", parties I-IIIa, *Res*, n° 9 (printemps 1985), p. 5-17 ; n° 13 (printemps 1987), p. 21-45 ; n° 16 (automne 1988), p. 105-123.
- PINKER, Stephen, *The Language Instinct*, New York, Harper Perennial, 1995.
- "QUESTIONNAIRE ON VISUAL CULTURE", *October*, n° 77 (été 1997), p. 25-70.
- ROSS, Andrew, "The Ecology of Images", *South Atlantic Quarterly*, vol. XCI, n° 1 (hiver 1992), p. 215-238.
- SCHAFFNER, Wolfgang, « Topologie des Mediens : Descartes, Peirce, Shannon », dans Stefan ANDRIOPOULOS, Gabriele SCHABACHER et Eckhard SCHUMACHER (éds.), *Die Adresse des Mediums*, Cologne, Dumont, 2001, p. 82-98.

- SCHAPIRO, Meyer, " The Nature of Abstract Art (1937) ", dans *Modern Art : XIXth and XXth Centuries*, New York, George Brazillier, 1978, p. 185-211.
- SPERBER, Dan, " Anthropology and Psychology : Toward an Epidemiology of Representations ", *Man*, n° 20 (mars 1985), p. 73-89.
- STEINBERG, Leo, *Other Criteria : Confrontations with Twentieth Century Art*, Oxford, Oxford University Press, 1972.